

Der erfolgreiche Ausstieg aus dem Unternehmen: wann sind Sie bereit?

Wie sich Unternehmer und Unternehmerinnen im KMU-Segment in den Niederlanden, Belgien, Deutschland, dem Vereinigten Königreich und Skandinavien auf einen Unternehmensverkauf vorbereiten



Der Wert eines erfolgreichen Ausstiegs

Unternehmertum bedeutet mehr als den Betrieb zu leiten – es bedeutet auch, vorauszudenken, zu planen und letztendlich zu wissen, wann man sich zurückziehen sollte. Eine aktuelle Studie von Marklink zeigt, dass ein Viertel der europäischen Unternehmer und Unternehmerinnen im KMU-Segment im vergangenen Jahr ernsthaft überlegte, sich aus ihrem Unternehmen zurückzuziehen. Das zeugt vom wachsenden Bewusstsein, dass die Zukunft sorgfältig geplant werden muss.

Etwa die Hälfte der Befragten ist offen für einen vorzeitigen Ausstieg, und 50 Prozent haben über ihre Nachfolge nachgedacht. Dennoch empfinden viele Unternehmer und Unternehmerinnen die Planung ihres Ausstiegs als komplex und

herausfordernd. Ein erfolgreicher Verkauf oder eine Übernahme erfordert sorgfältige Vorbereitung und eine gut durchdachte Strategie, bei der sowohl die finanzielle Gesundheit des Unternehmens als auch die Effizienz der Vorbereitung entscheidend sind.

In diesem Whitepaper geben wir einen Überblick über die wichtigsten Schritte und Überlegungen für einen erfolgreichen Ausstieg. Wir beleuchten, wie sich Unternehmer und Unternehmerinnen vorbereiten können, welche Rolle finanzielle Stabilität spielt und welche strategischen Entscheidungen einen reibungslosen Übergang erleichtern. Diese Erkenntnisse helfen Unternehmern und Unternehmerinnen, den Rückzug aus dem Betrieb anzugehen und ihr Lebenswerk optimal zu monetarisieren.



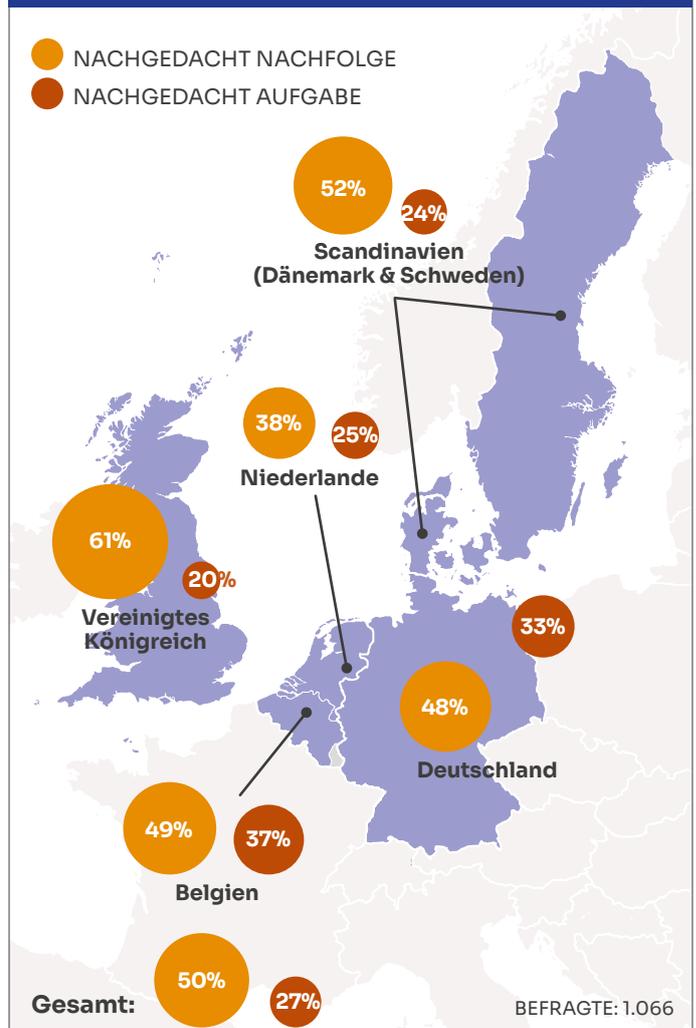
Sorgen sich Unternehmer und Unternehmerinnen um die Nachfolge?

Die Planung der Nachfolge ist für viele Unternehmer und Unternehmerinnen ein wichtiges Thema. Aktuelle Forschungsergebnisse und Erkenntnisse der Experten bei Marktlink zeigen, wie Unternehmer und Unternehmerinnen über die Planung ihrer Zukunft denken und welche Faktoren ihre Entscheidungsfindung im Hinblick auf Nachfolge und einen möglichen Verkauf beeinflussen.

Unsere Studie zeigt, dass 50 Prozent der Unternehmer und Unternehmerinnen in den letzten 12 Monaten über ihre Nachfolge nachgedacht haben. Das belegt, dass sie sich intensiv mit dem Thema beschäftigen. Aber gleichzeitig haben viele noch keine konkrete Ausstiegsstrategie. Nur 48 Prozent sind offen für einen vorzeitigen Ausstieg, während 49 Prozent keine klare Ausstiegsstrategie haben. Diese Zahlen weisen auf eine gewisse Ambivalenz hin: Unternehmer und Unternehmerinnen erkennen die Notwendigkeit der Nachfolgeplanung, gestalten diese jedoch noch nicht aktiv. Steven Meuldermans, Partner für die belgischen Marktlink Offices, sagt dazu: „Unternehmer und Unternehmerinnen denken an den Wert ihres Unternehmens, aber weniger an den Prozess, diesen Wert zu maximieren. Mit der richtigen Vorbereitung und Strategie können ihre Erwartungen oft deutlich übertroffen werden.“

DIE HÄLFTE DER EUROPÄISCHEN UNTERNEHMER UND UNTERNEHMERINNEN IM KMU-SEGMENT PLANEN IHRE NACHFOLGE, EIN VIERTEL DENKT AN DEN RUHESTAND

Ich habe in den letzten 12 Monaten über meine potenzielle Nachfolge oder die Aufgabe meines Unternehmens nachgedacht

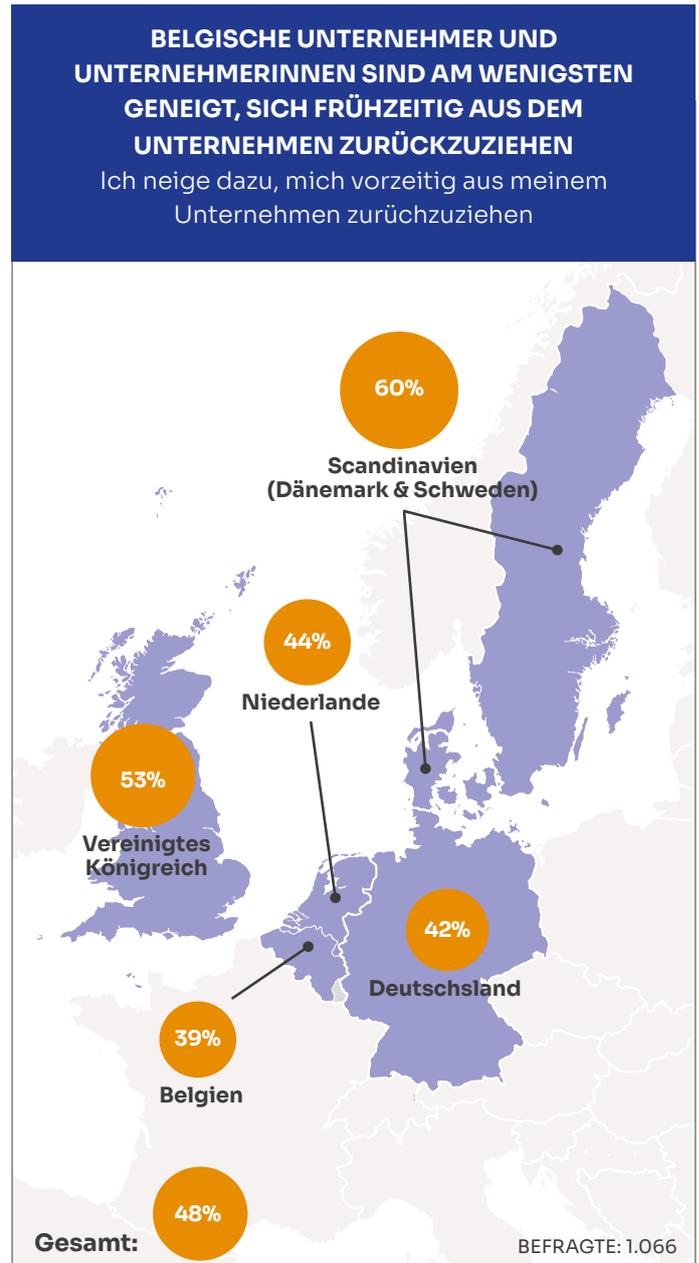


Ein weiteres bemerkenswertes Ergebnis: 27 Prozent der Unternehmer und Unternehmerinnen dachten im vergangenen Jahr konkret daran, sich aus dem Geschäft zurückzuziehen. Auch diese Zahl legt nahe, dass ein beträchtlicher Teil zwar plant, ihr Unternehmen zu verlassen, aber noch keine konkreten Schritte unternimmt. Für 53 Prozent der Befragten ist der Rückzug keine ernsthafte Option, dabei halten emotionale und praktische Herausforderungen Unternehmer und Unternehmerinnen von einer Entscheidung ab.

DEN AUSSTIEG ERWÄGEN

Die Entscheidung, das eigene Unternehmen zu verlassen, kann viele Gründe haben, aber sie fällt nie leicht. Die häufigsten Gründe für einen Ausstieg sind fehlende Zufriedenheit und der Wunsch nach mehr persönlichem Freiraum. So geben 24 Prozent der Befragten an, keine Erfüllung im Unternehmertum mehr zu finden. Das lässt auf mögliche Burnout-ähnliche Symptome oder einfach dem Wunsch nach Veränderung schließen. Die Unzufriedenheit kann auch in den wachsenden Herausforderungen, wie Margendruck, Bürokratie, den Nachwirkungen der Corona-Pandemie und geopolitischen Spannungen begründet sein.

Darüber hinaus zeigt die Studie, dass 52 Prozent der Unternehmer und Unternehmerinnen wissen, welchen Erlös ihr Unternehmen erzielen muss, damit sie in den Ruhestand gehen können. Ein Beweis, dass auch ein konkretes finanzielles Ziel noch keine Motivation ist, eine endgültige Entscheidung zu treffen.



Unternehmer und Unternehmerinnen sehen sich sowohl emotionalen als auch praktischen Hindernissen gegenüber, wenn sie einen Unternehmensverkauf in Betracht ziehen. Emotional kann der Verkauf des eigenen Unternehmens wie ein Identitätsverlust empfunden werden. Das mag der Grund sein, dass ihnen der Abschied schwerfällt, auch wenn sie sich einen Ausstieg wünschen. Ein praktisches Hindernis ist die Unkenntnis, was bei einem Verkaufsprozess auf sie zukommt. Unsere Studie zeigt, dass 51 Prozent der Unternehmer und Unternehmerinnen den Verkaufsprozess nur vage kennen. Das wiederum erschwert die Verkaufsentscheidung.

Eine der größten Herausforderungen für Familienunternehmen ist, dass eine klare und umsetzbare Nachfolgeregelung fehlt. Studien zeigen, dass nur 23 Prozent der Familienunternehmen einen solchen Nachfolgeplan haben. Damit ist die Mehrheit der Unternehmen unzureichend auf den Generationswechsel vorbereitet – in Deutschland, zum Beispiel, sind das 36 Prozent der Familienunternehmen. Ohne Nachfolgeplanung ist die Kontinuität des Unternehmens nicht gesichert und es kann seine strategische Ausrichtung, und damit Wert, verlieren. In einigen Fällen kann der fehlende Nachfolgeplan sogar zum Konkurs eines bisher stabilen Unternehmens führen.



Auch wenn Unternehmer und Unternehmerinnen mit Unsicherheiten kämpfen, wissen sie genau, welchen tatsächlichen – oder gewünschten – Verkaufspreis ihr Unternehmen hat oder haben soll. Sie haben aber keinen detaillierten Aktionsplan, um diesen Wert bei einem Verkauf tatsächlich zu realisieren. Hier kommen wir mit unserer Expertise ins Spiel und unterstützen unsere Kunden bei der Verwirklichung ihrer Ziele.

HENNING KÜRBIß, Managing Partner Marktlink Deutschland

Wann beginnen Sie mit den Vorbereitungen?

Unsere Studie zeigt, dass viele Unternehmer und Unternehmerinnen im KMU-Segment regelmäßig über Ausstieg oder Nachfolge nachdenken – denn früher oder später müssen sie sich mit einem Unternehmensverkauf auseinandersetzen. Rechtzeitig mit den Vorbereitungen zu beginnen, hat Einfluss auf den Verkaufspreis und damit auf die Planung der Zeit danach.

Laut dem Marktlink-Monitor wissen jedoch mehr als die Hälfte der Unternehmer und Unternehmerinnen nicht genau, wie eine Unternehmensabwicklung oder ein Verkauf abläuft. Nur ein Drittel weiß mit Sicherheit, welchen Verkaufspreis sie erzielen müssen, um sorgenfrei aussteigen zu können.

Ein erfolgreicher Unternehmensverkauf beginnt mit guter Vorbereitung. Dieser Prozess kann mehrere Jahre in Anspruch nehmen, daher ist es ratsam, frühzeitig zu beginnen, auch wenn noch keine Verkaufsabsicht besteht.

Schritt 1: Umfassender Unternehmensscan

Der Vorbereitungsprozess beginnt mit einer gründlichen Analyse des Unternehmens. Dazu werden die Stärken bewertet und mögliche Verbesserungspotenziale wie operative Effizienz, Marktposition oder finanzielle Stabilität identifiziert. So sollen ungenutzte Chancen zur Wertsteigerung aufgedeckt werden.

Schritt 2: Beratung und Optimierung

Basierend auf den Ergebnissen des Unternehmensscans werden detaillierte Empfehlungen formuliert, um die Bewertung des Unternehmens zu stärken. Gemeinsam mit Ihnen führen wir die notwendigen Optimierungen durch, von der Verbesserung der finanziellen Berichterstattung bis zur Umstrukturierung von Geschäftsprozessen, um die operative und finanzielle Performanz zu verbessern und das Unternehmen für potenzielle Käufer attraktiver zu machen.

Schritt 3: Zukunftspläne definieren

Neben der Vorbereitung des Unternehmens ist es auch wichtig, Ihre eigenen Zukunftspläne nach dem Verkauf klar zu definieren. Je mehr die persönlichen Ziele mit dem Zeitplan des Verkaufs übereinstimmen, desto größer ist die Chance auf ein zufriedenstellendes Ergebnis.

Schritt 4: Bereit für den Verkauf

Wenn das Unternehmen optimiert ist und die Zukunftsplanung steht, ist das Unternehmen verkaufsbereit. Jetzt wird nach dem perfekt passenden Käufer gesucht. Das kann – je nach Wunsch und Art des Unternehmens – ein strategischer Käufer, ein Finanzinvestor oder ein Angestellter im Rahmen eines Management Buy-Outs (MBO) sein.

Der ideale Zeitpunkt, um mit den Vorbereitungen für einen Unternehmensverkauf zu beginnen, variiert. Unsere erfahrenen Berater und Beraterinnen wissen, wie wichtig es ist, mindestens ein bis drei Jahre vor dem geplanten Verkauf mit den Vorbereitungen zu beginnen. So haben Sie ausreichend Zeit, das Unternehmen zu optimieren und strategische Entscheidungen zu treffen, um den Verkaufswert zu erhöhen.

NATIONALE UNTERSCHIEDE BEI DER VORBEREITUNG AUF EINE UNTERNEHMENS-ÜBERGABE

Wir haben 1.066 Unternehmer und Unternehmerinnen im KMU-Segment in den Niederlanden, Belgien, Deutschland, dem Vereinigten Königreich und Skandinavien nach ihrer Vorbereitung befragt.

Niederlande

Auch wenn niederländische Unternehmer und Unternehmerinnen relativ zufrieden mit ihrem Unternehmen sind – 87 Prozent geben an, zufrieden mit ihrem Unternehmertum zu sein – erwägt etwa ein Drittel von ihnen, sich aus dem Unternehmen zurückzuziehen. Auffällig ist, dass sechs von zehn keine klare Ausstiegsstrategie

haben. Dieser Mangel an Vorbereitung kann zu erheblichen Problemen führen, wenn das Unternehmen auf den Markt gebracht wird.

Tom Beltman, Partner bei Marktlink, betont die Bedeutung rechtzeitiger Vorbereitung für einen erfolgreichen Verkaufsprozess. Er rät Unternehmern und Unternehmerinnen, sich bei der Wertermittlung und der Suche nach potenziellen Käufern beraten zu lassen. Beltman weist darauf hin, dass die Überalterung der Bevölkerung und wechselnde Marktdynamiken einen durchdachten Zukunftsplan unverzichtbar machen.

Tom Beltman, Managing Partner Marktlink Niederlande:

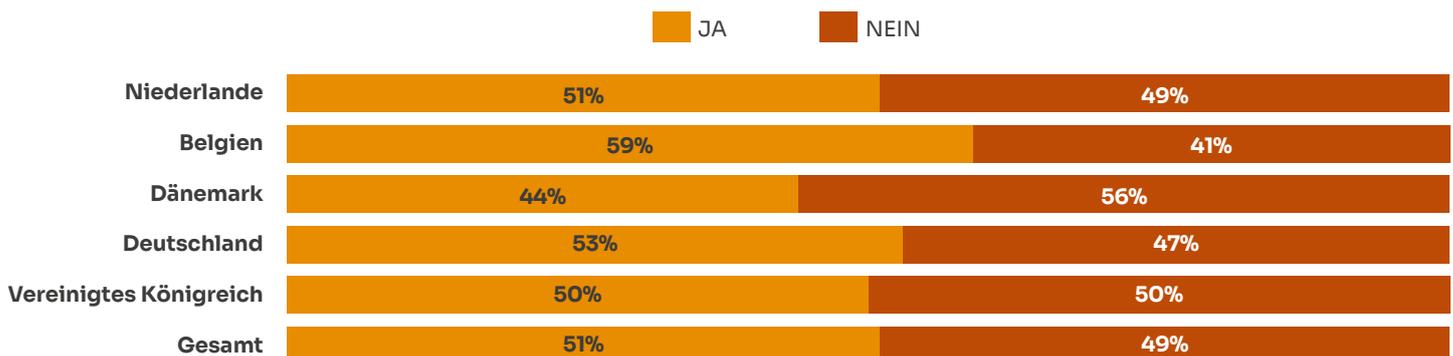


„Wenn Sie zu lange warten, eine Ausstiegsstrategie aus Ihrem Unternehmen zu entwickeln, besteht das Risiko, dass Sie weiterarbeiten müssen, obwohl neue Gesetze und Vorschriften, Generationskonflikte oder technologische Entwicklungen Sie überfordern.“



51 % DER EUROPÄISCHEN UNTERNEHMER UND UNTERNEHMERINNEN WISSEN NICHT GENAU, WELCHE FOLGEN DER VERKAUF ODER DIE AUFGABE IHRES UNTERNEHMEN HAT

Ich weiß nicht genau, was ich tun muss oder vor welchen Herausforderungen ich stehe, wenn ich mein Unternehmen aufgabe oder es verkaufe



Belgien

In Belgien ist die Situation ähnlich. 59 Prozent der belgischen Unternehmer und Unternehmerinnen haben keine klare Ausstiegsstrategie und wissen nicht, was bei einem Verkauf oder der Abwicklung ihres Unternehmens auf sie zukommt. Obwohl fast die Hälfte der Befragten in den letzten 12 Monaten über ihre Nachfolge nachgedacht hat und 37 Prozent einen Ausstieg in Erwägung zogen, ist die Vorbereitung oft unzureichend.

„Natürlich nimmt die tägliche Geschäftsführung viel Zeit und Energie in Anspruch,“ sagt Meuldermans „aber es ist wichtig, diesen letzten Schritt immer im Hinterkopf zu haben. Die teilweise oder vollständige Übergabe eines Unternehmens ist ein langwieriger und auch emotional schwieriger Prozess. Daher ist es ratsam, frühzeitig mit der Vorbereitung zu

Steven Meuldermans, Managing Partner Marktlink Belgien:

„Die teilweise oder vollständige Übergabe eines Unternehmens ist ein langwieriger und auch emotional schwieriger Prozess. Daher ist es ratsam, frühzeitig mit der Vorbereitung zu beginnen. Zudem kann immer etwas Unerwartetes passieren, das schnelles Handeln erfordert. Daher sollten alle Unternehmer und Unternehmerinnen jederzeit bereit für einen Ausstieg sein.“



beginnen. Zudem kann immer etwas Unerwartetes passieren, das schnelles Handeln erfordert. Daher sollten alle Unternehmer und Unternehmerinnen jederzeit bereit für einen Ausstieg sein.“

Deutschland

Laut Studie haben 53 Prozent der deutschen Unternehmer und Unternehmerinnen kein klares Bild davon, was auf sie zukommt oder was getan werden muss, wenn sie ihr Unternehmen verkaufen oder abwickeln möchten. Obwohl 42 Prozent offen für einen möglichen Verkauf sind, haben viele noch keine Strategie für die erfolgreiche Umsetzung. Dies ist besorgniserregend, denn demografische Veränderungen, wie die Überalterung der Bevölkerung, haben Einfluss auf den Fortbestand von Unternehmen. Unternehmer und Unternehmerinnen haben ein Durchschnittsalter von 53 Jahren, ein Viertel ist bereits über 60, daher müssen sie rechtzeitig mit der Nachfolgeplanung beginnen.

Henning Kürbis, Managing Partner Marktlink Deutschland:

„Die Tatsache, dass die Bevölkerung altert und die Marktdynamik wechselhaft ist, erfordert einen Plan für die Zukunft. Die kommende Graue Welle zwingt Unternehmer und Unternehmerinnen dazu, die Übergabe ihres Unternehmens zumindest theoretisch zu planen, lange bevor sie ans Aufhören denken.“



Vereinigtes Königreich

Etwa 50 Prozent der britischen KMU-Inhaber und Inhaberinnen fehlt das Verständnis, was sie tun müssen, um ihr Unternehmen auf einen Verkauf vorzubereiten oder welche Herausforderungen sie meistern müssen. 42 Prozent der britischen Unternehmer und Unternehmerinnen im KMU-Segment haben keine klare Ausstiegsstrategie. Ebenfalls 42 Prozent wissen nicht, wie viel ihr Unternehmen einbringen muss, damit sie sich aus dem Geschäft zurückziehen können. Joe Moran, Managing Partner von Marktlink Midlands, weist auf die Notwendigkeit sorgfältiger Planung hin.

Joe Moran, Managing Partner Marktlink Vereinigtes Königreich:



„Verkaufen ist nicht einfach; es erfordert jahrelange sorgfältige Planung und Vorbereitung. Obwohl sich der Markt erholt, müssen Unternehmer und Unternehmerinnen auf mögliche Steuererhöhungen und wirtschaftliche Veränderungen vorbereitet sein, die ihren Verkauf beeinflussen können.“

Skandinavien

Die Bereitschaft dänischer Unternehmer und Unternehmerinnen, ihr Unternehmen vorzeitig zu verkaufen, ist merklich größer als die ihrer europäischen Nachbarn. Unser Report zeigt, dass 60 Prozent offen für einen vorzeitigen Rückzug sind, wenn die Bedingungen stimmen. Für Jesper Duelund, Managing Partner Marktlink in den dänischen Offices, reflektiert das den ausgeprägten Geschäftssinn der Dänen.

Trotz der großen Bereitschaft zu verkaufen, fehlt vielen dänischen Unternehmern und Unternehmerinnen das Wissen und die Vorbereitung, die ein erfolgreicher Verkauf erfordert. Genauer betrachtet, haben 58 Prozent keine Exit-Strategie und 44 Prozent wissen nicht, wie der Verkaufs- oder Übergabeprozess vonstatten geht. Der Mangel an Vorbereitung

Jesper Fogh Duelund, Managing Partner Marktlink Dänemark:



„Auch wenn es ein gutes Zeichen ist, dass verhältnismäßig wenige dänische Unternehmer und Unternehmerinnen daran denken, ihre Firma zu schließen, ist es wichtig, eine durchdachte Ausstiegsstrategie zu haben,“ betont Duelund. „Ein Verkauf ist selten einfach, man braucht nicht nur den Einblick, wie das Unternehmen bewertet wird, sondern auch gründliche Vorbereitung auf die Herausforderungen, die mit einem Verkauf einhergehen.“

ist besorgniserregend, gerade wenn man bedenkt, wie komplex eine erfolgreiche Unternehmensübergabe ist.

TEST: IST IHR UNTERNEHMEN SCHON VERKAUFSBEREIT? →

Verkaufsstrategien und potenzielle Käufer

Wenn ein Unternehmen auf den Markt kommt, müssen verschiedene Verkaufsstrategien und potenzielle Käufer abgewogen werden. Die Wahl der Verkaufsform hängt von den persönlichen Zielen, der Zukunftsvision für das Unternehmen und den Chancen auf weiteres Wachstum ab.

PRE-EXIT: VERKAUFEN UND WEITERHIN IM GESCHÄFT BLEIBEN

Bei einer Pre-Exit Strategie wird ein Teil des Unternehmens verkauft, aber der Unternehmer oder die Unternehmerin behält eine aktive Rolle im Unternehmen. Diese Strategie ist ideal für Unternehmer und Unternehmerinnen, die noch einige Jahre weitermachen wollen, aber Kapital für Wachstum oder einen strategischen Partner brauchen. Bei einem Pre-Exit wird ein Teil des Unternehmenswerts kapitalisiert, und der Unternehmer oder die Unternehmerinnen arbeitet weiterhin am Wachstum. Oft wird eine Mehrheitsbeteiligung an einen Investor verkauft und der Unternehmer oder die Unternehmerin kauft eine Minderheitsbeteiligung. Mithilfe des Investors wird das Unternehmen gestärkt und professionalisiert, um schließlich nach einigen Jahren die restlichen Anteile zu verkaufen.

Vorteile eines Pre-Exits:

- Sie profitieren sofort von einem Teil des Unternehmenswerts.
- Sie sind weiterhin an Wachstum und Entwicklung des Unternehmens beteiligt.
- Sie arbeiten mit einem Partner, der zusätzliche Expertise und Kapital einbringt.

VOLLSTÄNDIGER AUSSTIEG

Bei einem vollständigen Ausstieg werden alle Anteile auf einmal verkauft und Sie ziehen sich vollständig aus dem Unternehmen zurück. Dies ist eine interessante Option, wenn Sie bereit sind, das Unternehmen ganz loszulassen und den Erlös zu genießen. Weil dieser Schritt endgültig ist, und Sie die Kontrolle aus der Hand geben, ist es besonders wichtig, gut vorbereitet zu sein. Moran: „Unternehmer und Unternehmerinnen sollten immer mit dem Ziel vor Augen beginnen. Es erfordert sorgfältige Planung und Überlegung, die Jahre vor dem Verkaufsprozess angegangen werden müssen.“

MANAGEMENT BUY-OUT (MBO)

Ein MBO ist ein Verkauf, bei dem ein oder mehrere Mitglieder des eigenen Managements das Unternehmen übernehmen. Diese Option bietet sich an, wenn Sie das Unternehmen an jemanden übergeben möchten, der die internen Prozesse gut kennt und die Unternehmenskultur erhalten kann. Der Prozess eines MBO ist komplexer als der Verkauf an eine externe Partei, da persönliche und geschäftliche Interessen im Spiel sind. Damit dieser Prozess reibungslos abläuft, braucht man gegenseitiges Vertrauen und klare Absprachen. →

MANAGEMENT BUY-IN (MBI)

Bei einem MBI hingegen übernimmt eine externe Partei, oft ein erfahrener Manager oder eine Gruppe von Investoren, das Unternehmen. Diese Person oder Gruppe hat meist bereits Erfahrung in der Branche, bringt aber neue Erkenntnisse und Ideen mit. Ein MBI ist eine gute Alternative, wenn das Unternehmen erneuert werden soll oder eine neue strategische Ausrichtung braucht. Allerdings besteht das Risiko, dass die neue Führung weniger mit der Unternehmenskultur und den internen Prozessen vertraut ist, was zu einer längeren Anpassungsperiode führen kann.

POTENZIELLE KÄUFER

Nachdem wir die verschiedenen Verkaufsstrategien besprochen haben, richten wir unsere Aufmerksamkeit auf mögliche Käufer: Strategische Käufer, Finanzinvestoren und private Investoren.

1. Strategische Käufer

Strategische Käufer sind Unternehmen in derselben oder einer verwandten Branche, die ihre Marktposition stärken möchten. Wegen der möglichen Synergien, wie Kosteneinsparungen oder die Erweiterung des Produktangebots, sind sie oft bereit, einen höheren Preis zu zahlen. Diese Käufer haben meist ein langfristiges Interesse am übernommenen Unternehmen.

2. Finanzinvestoren (Private Equity)

Finanzinvestoren, wie Private-Equity-Fonds, fokussieren auf die Investition in Unternehmen mit erheblichem Wachstumspotenzial, um über einen bestimmten Zeitraum Renditen zu erzielen. Sie bringen oft nicht nur Kapital, sondern auch strategische Einblicke und Erfahrungen mit, die Unternehmen bei der Optimierung ihrer Prozesse und der Stärkung der Marktposition helfen

können. Durch Restrukturierung und strategische Anpassungen können sie die Rentabilität und das Wachstumspotenzial des Unternehmens steigern. Dieser Käufertyp ist ideal für Unternehmer und Unternehmerinnen, die schnelles Wachstum wollen und neuen Möglichkeiten und Veränderungen gegenüber aufgeschlossen sind.

3. Private Investoren und Familienunternehmen

Private Investoren, einschließlich Einzel-Investoren, und Familienunternehmen konzentrieren sich auf langfristige Stabilität und Kontinuität. Einzel-Investoren können ein Management Buy-In (MBI) oder Management Buy-Out (MBO) anstreben, mit dem sie später persönlich in die Geschäftsführung involviert sind. Familienunternehmen können auch strategische Käufer sein und suchen nach Wachstumschancen und Konsolidierung innerhalb ihrer Branche. Sie können neues Kapital und Expertise einbringen, um das Unternehmen langfristig erfolgreich wachsen zu lassen. Sie sind eine gute Wahl für Unternehmer und Unternehmerinnen, die ihr Unternehmen auf dem gleichen Kurs halten und mit neuem Kapital weiterhin wachsen lassen wollen.

WIE FINDEN SIE DEN RICHTIGEN KÄUFER?

Die Wahl des richtigen Käufers ist entscheidend für den Verkaufserfolg. Es ist gut zu wissen, welche Auswirkungen verschiedene Käufertypen auf den Fortbestand Ihres Unternehmens haben können. Bei der Bestimmung der besten Verkaufsstrategie gibt es keine Einheitslösung. Die richtige Wahl hängt von persönlichen und beruflichen Zielen, den Trends am Markt und der Zukunftsvision für das Unternehmen ab.



Das Unternehmen auf den Verkauf vorbereiten

Gute Vorbereitung auf den Verkaufsprozess kann sich langfristig auszahlen. Sie beinhaltet nicht nur die mentale Vorbereitung auf den Verkauf, sondern auch die umfassende Optimierung des Unternehmens, damit es für potenzielle Käufer attraktiver wird. Das Aufschieben des Verkaufs hemmt oft Investitionen und Innovationen und kann das Wachstum und die Entwicklung Ihres Unternehmens verhindern.

Es müssen die Schwächen, Stärken, Risiken, Chancen und Bedrohungen Ihres Unternehmens identifiziert werden. Durch die Analyse dieser Faktoren kann das Unternehmen gezielt auf den Verkauf vorbereitet werden. Eine rechtzeitige Optimierung erhöht Attraktivität und Wert des Unternehmens und gibt dem Verkäufer mehr Kontrolle über den Ausgang des Verkaufsdeals.

WICHTIGE SCHRITTE, DIE ATTRAKTIVITÄT IHRES UNTERNEHMENS FÜR POTENZIELLE KÄUFER ZU ERHÖHEN

Der erfolgreiche Verkauf beginnt mit gründlicher Vorbereitung. Beim Verkauf müssen alle Aspekte des Unternehmens optimiert werden, um bei potenziellen Käufern einen guten Eindruck zu machen.

1. Optimierung der Finanzberichterstattung:

Stellen Sie sicher, dass die Finanzberichte akkurat, vollständig und aktuell sind. Dazu gehören die

Erstellung klarer und detaillierter Gewinn- und Verlustrechnungen, Bilanzen und Cashflow-Übersichten. Potenzielle Käufer erkennen an diesen Dokumenten die finanzielle Gesundheit des Unternehmens.

2. Rechtliche Aspekte:

Klären Sie alle juristischen Angelegenheiten, bevor das Unternehmen zum Verkauf angeboten wird. Das umfasst die Überprüfung von Verträgen, Eigentumsdokumenten und eventueller Streitigkeiten. Stellen Sie sicher, dass alle juristischen Dokumente in Ordnung sind, um spätere Komplikationen zu vermeiden.

3. Erstellen einer klaren Ausstiegsstrategie:

Sie müssen klare Ziele und die Art des Verkaufs im Rahmen einer klaren Ausstiegsstrategie definieren. Dies beinhaltet die Festlegung Ihrer Bedingungen für den Verkauf, beispielsweise die Art des Käufers und des Verkaufs (vollständiger Verkauf, Pre-Exit oder Management Buy-Out).

DOS UND DON'TS

Beim Verkauf Ihres Unternehmens können die Anforderungen und Erwartungen je nach Land stark variieren. Wir erklären Ihnen die wichtigsten Richtlinien, die sich aus der Studie von Marktlink ergeben haben. So können Sie Ihr Unternehmen auf einen reibungslosen Verkaufsprozess vorbereiten.



Dos – das sollten Sie tun

- **Sorgen Sie für Transparenz:** Transparenz in Finanzberichten und juristischen Dokumenten ist äußerst wichtig. Sie schafft Vertrauen bei potenziellen Käufern und verringert die Wahrscheinlichkeit von Überraschungen beim Verkaufsprozess.
- **Beginnen Sie frühzeitig:** Beginnen Sie die Vorbereitung zwischen einem und drei Jahren vor dem geplanten Verkauf. Das gibt Ihnen Zeit, den Unternehmenswert zu steigern und mögliche Probleme zu identifizieren und zu lösen.
- **Entwickeln Sie eine klare Strategie:** Legen Sie klare Ziele und Strategien für den Verkaufsprozess fest. Dies hilft, zielgerichtet zu arbeiten und unliebsame Überraschungen zu vermeiden.
- **Denken Sie nachhaltig:** Konzentrieren Sie sich auf langfristige Investitionen und Nachhaltigkeit. Dieses Konzept wird für Käufer immer wichtiger, besonders in Märkten, in denen ethische Geschäftspraktiken im Mittelpunkt stehen.

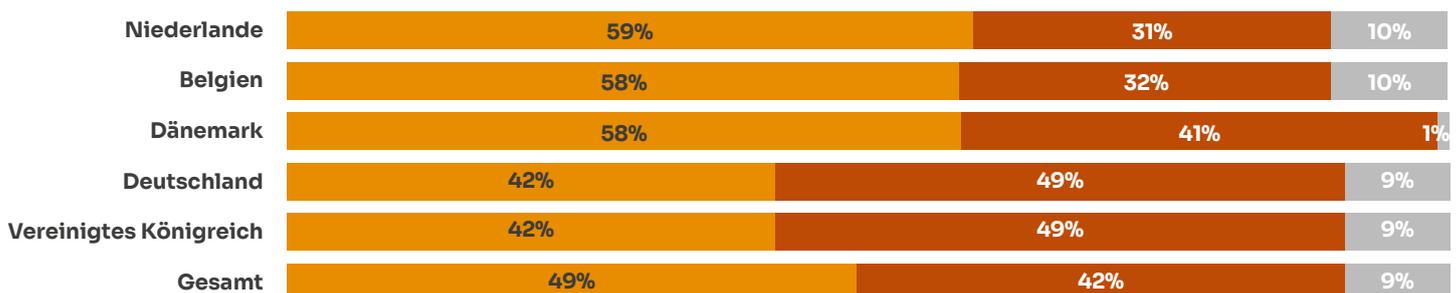
Don'ts – das sollten Sie vermeiden

- **Schieben Sie nichts auf:** Prokrastination kann zu Verzögerungen führen und Risiken erhöhen. Stellen Sie sicher, dass alles für einen reibungslosen Verkaufsprozess vorbereitet ist.
- **Ignorieren Sie die emotionalen Aspekte nicht:** Besonders bei Familienunternehmen können Emotionen eine Rolle spielen. Sie zu ignorieren, kann den Verkaufsprozess stören und zu Verzögerungen führen.
- **Vermeiden Sie unrealistische Annahmen:** Der Verkaufsprozess kann juristisch und finanziell komplex sein. Unterschätzen Sie das nicht und bereiten Sie sich gut vor, um nicht auf unerwartete Hindernisse zu stoßen.
- **Handeln Sie nicht vorschnell:** Treffen Sie keine überstürzten Entscheidungen, bevor eine durchdachte Planung und Wertbestimmung stattgefunden haben. Das kann den Verkaufspreis mindern und Ihre Verhandlungsposition schwächen.
- **Ignorieren Sie die Unternehmenskultur nicht:** Stellen Sie sicher, dass die Unternehmenskultur und die langfristige Vision für das Unternehmen potenziellen Käufern klar sind. So interessieren Sie Käufer, die zum Unternehmen passen und Kontinuität gewährleisten.



49% DER EUROPÄISCHEN UNTERNEHMER UND UNTERNEHMERINNEN HABEN KEINE KLARE EXIT-STRATEGIE
 Im Moment habe ich keine klare Exit-Strategie für den Fall, dass ich mein Unternehmen aufgebe

■ JA ■ NEIN ■ WEISS NICHT

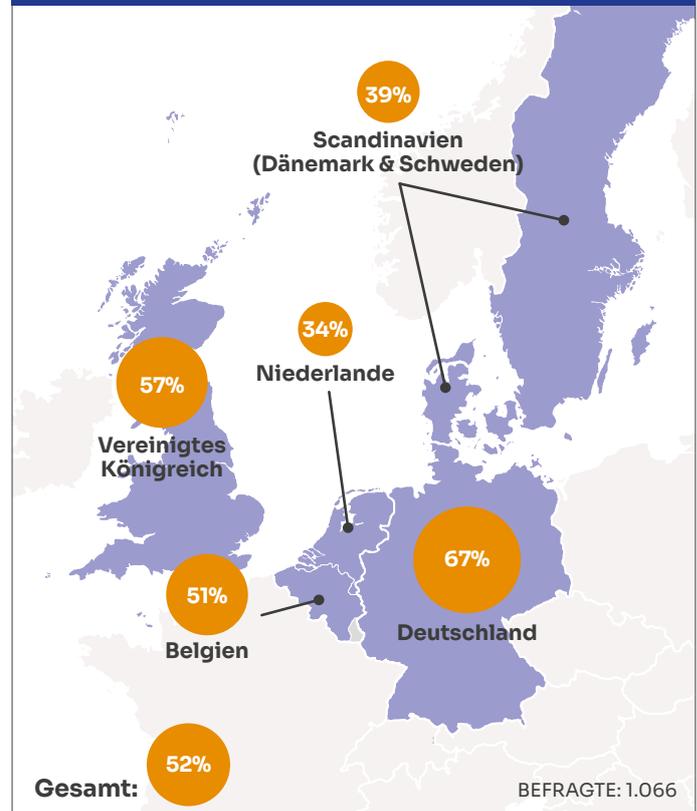


DIE BEDEUTUNG DER UNTERNEHMENS- BEWERTUNG BEI EINER AUSSTIEGSSTRATEGIE

Eine wachsende Anzahl von Unternehmern und Unternehmerinnen im KMU-Segment beschäftigt die drängende Frage, ob ihr unternehmerischer Kurs nachhaltig ist. Obwohl einige bereit sind, ihre Strategien zur Wertschöpfung anzupassen, ist mehr Entschlossenheit nötig – insbesondere in Sektoren, die anfällig für globale Trends wie technologische Disruption, Klimawandel und demografische Veränderungen sind.

DIE HÄLFTE DER EUROPÄISCHEN UNTERNEHMER UND UNTERNEHMERINNEN WISSEN, WIE VIEL IHR UNTERNEHMEN WERT SEIN MUSS, UM (FRÜHZEITIG) IN DEN RUHESTAND ZU GEHEN

Ich weiß, wie viel mein Unternehmen wert sein muss, damit ich mich aus dem Geschäft zurückziehen kann



MÖCHTEN SIE DEN WERT IHRES UNTERNEHMENS KENNEN?

Der Unternehmenswert kann mit der Multiple-Methode berechnet werden. Dabei brauchen Sie selbst keine komplexen Berechnungen durchführen. Wir empfehlen den Marktlink Multiple: ein Tool, das auf intelligenter Datennutzung, tiefgreifendem Branchenwissen und Praxiserfahrung basiert. Es verschafft Ihnen sofort wertvolle Einblicke. Außerdem können Sie gerne ein Kennenlern-Gespräch mit einem unserer Übernahmeexperten vereinbaren.

MULTIPLE TEST: BERECHNEN SIE DEN WERT IHRES UNTERNEHMENS →

Die Bedeutung eines erfahrenen Partners

Beim Verkauf eines Unternehmens ist ein Partner, der Sie bei Vorbereitung und Verkauf unterstützt, unverzichtbar. Der Verkaufsprozess ist komplex und es muss strategisch vorgegangen werden. Das erfordert Fachwissen, Erfahrung und vertrauensbasierte Zusammenarbeit. Ein guter Partner kann den Unterschied zwischen einer erfolgreichen Transaktion und einem Prozess voller Hindernisse und Verzögerungen ausmachen.

WARUM MARKTLINK?

- **Marktkennntnis und Netzwerk:** Ein Partner wie Marktlink hat umfangreiche Marktkennntnisse und ein großes Netzwerk an potenziellen Käufern, Investoren und anderen relevanten Parteien in Europa. Unser Netzwerk findet den optimalen Partner für Ihr Unternehmen, den Sie wahrscheinlich nicht involvieren könnten.
- **Objektive Bewertung:** Marktlink hilft bei einer objektiven Bewertung Ihres Unternehmens. Wir verwenden fortschrittliche Bewertungsmethoden und Marktdaten. Das verhindert eine emotional getriebene Werteinschätzung und stellt sicher, dass Sie einen fairen, marktgerechten Preis erhalten.
- **Professionelle Begleitung:** Ein kompetenter Partner unterstützt Sie bei der Entwicklung und Umsetzung einer detaillierten Verkaufsstrategie. Mit mehr als 300 Experten und Expertinnen bietet Marktlink auch Beratung bei juristischen und finanziellen Fragen. So können Sie sicher sein, dass der Verkauf realistisch und effizient vonstatten geht.
- **Zeitersparnis:** Der Verkaufsprozess ist zeitaufwändig und komplex. Mit einem erfahrenen Partner können Sie von dessen strukturierten Ansatz und Prozesskenntnissen profitieren. Das hilft Ihnen, Zeit zu sparen und mögliche Fallstricke zu vermeiden, sodass Sie schneller und effizienter durch den Prozess kommen.

KONTAKT

Was werden Sie tun?

Benötigen Sie Hilfe, Ihr Unternehmen Exit-Ready zu machen? Wir unterstützen Sie. Unsere engagierten und passionierten Übernahmeexperten und -expertinnen beraten Sie gerne bei der Vorbereitung, um Ihr Unternehmen auf Kurs zu bringen. Ab dem ersten Gespräch stehen wir Ihnen bei jedem Schritt zur Seite. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf!

Telefonnummern:

NL: **+31 (0) 85 0 400 300**

UK: **+44 (0) 161 706 2401**

DK: **+45 (0) 20 24 52 75**

DE: **+49 (0) 151 24 16 58 33**

BE: **+32 (0) 494 57 36 98**

E-Mail: info@marktlink.com

Website: www.marktlink.com

Dieses Whitepaper ist ein kostenloser Service von Marktlink.

MARKTLINK M&A-BERATUNG

Marktlink wurde 1996 in den Niederlanden gegründet. Seitdem hat sich das Unternehmen zum größten unabhängigen Fusions- und Übernahmespezialisten im gehobenen KMU-Segment für Nordwesteuropa entwickelt. Das internationale Team besteht aus 300 Übernahmeexperten und -expertinnen, die Unternehmen bei Transaktionen zwischen 5 und 250 Millionen Euro begleiten. Mit seinem internationalen Netzwerk und Büros in Europa bringt Marktlink Käufer, Verkäufer und Investoren weltweit zusammen. Mit Erfolg, wie 150 erfolgreiche Transaktionen im letzten Jahr beweisen.

MARKTLINK.COM →

EXIT READY | M&A | CAPITAL

